
8xmille. Al via dal 14 aprile la nuova campagna: protagonisti i territori

Una firma che permette di realizzare gesti concreti di solidarietà e prossimità. Un fatto che si fa immagini e parole nella nuova campagna dell'8xmille alla Chiesa cattolica, che quest'anno sarà lanciata domenica 14 aprile. Uno strumento a corredo dell'impegno sul territorio, condotto dalle diocesi, per la diffusione della conoscenza delle opere, attraverso gli incaricati e gli uffici comunicazioni sociali, che sono i nuovi "registri" della promozione. La nuova campagna, infatti, si muove su due piani: uno nazionale e uno regionale. Su una dimensione nazionale, diverse rilevazioni hanno dimostrato che la campagna pubblicitaria aumenta il ricordo spontaneo e che incentiva la percezione della Chiesa cattolica vicina alla gente. Tra le novità di quest'anno, l'anticipazione dell'inizio della diffusione degli spot e l'articolazione in due momenti differenti. Tra marzo e aprile, si sta svolgendo una "pre-campagna". Si tratta di un'attività sviluppata per i nativi digitali: articoli di approfondimento sulle opere e sulle attività protagoniste degli spot, cui segue un'attività di display geolocal, attività pubblicitaria legata al territorio. Idea che nasce dalla considerazione che ciò che è vicino ha un maggiore impatto. Quindi, quel contenuto è visualizzato solo sui device di chi vive nella zona dell'opera scelta. Poi, da domenica prossima, il via alla diffusione degli spot sui vari media, dalla tv ai giornali.

Quest'anno, sono 7 le opere al centro della campagna nazionale, che da nord a sud spazia dalla carità al restauro fino al sostentamento dei sacerdoti.

A livello diocesano, è fondamentale il ruolo degli uffici delle comunicazioni sociali: "Con gli economi e con il vescovo devono individuare le opere più belle da mettere in evidenza e poi realizzare un comunicato stampa sulle opere finanziate. Hanno il compito anche di attivare i media locali - i giornali Fisc e il circuito Corallo -. Saranno a loro disposizione anche alcune le pagine dei giornali digitali locali di City News. Questo dà la possibilità di parlare a un target che non è solo quello del mondo cattolico", spiega il responsabile del Servizio per la promozione del sostegno economico alla Chiesa cattolica, **Massimo Monzio Compagnoni**. "Il racconto della prossimità non sarebbe possibile senza il contributo dell'8xmille - spiega il presidente della Fisc, **Mauro Ungaro** -. I volti delle persone con le loro storie sono per noi l'ordinario ma diventano lo straordinario perché portano in un mondo segnato da generosità. Un mondo sorprendente ma che fa parte della quotidianità. Vogliamo continuare ad aiutare a scoprire quello che si realizza con l'8xmille nella prossimità". L'importanza di un impegno corale è stata espressa anche da **Alessia Caricato**, direttrice de Il Corallo, che ha realizzato un video di rendicontazione dell'impegno condiviso con la Fisc: "I territori sono i diretti beneficiari", ribadisce. E, infatti, nel 2023 sono stati diffusi 146 video in 30 tv locali su opere sostenute con fondi 8xmille. Il coinvolgimento di quanti si occupano di informazione e comunicazione a livello diocesano è un tassello importante, come spiega il **direttore dell'Ucs Cei, Vincenzo Corrado**: "Permette di toccare con mano e prendere sempre più coscienza dell'impegno nella narrazione del buono che viene messo a punto, attraverso l'8xmille, nelle nostre comunità. È quel bene che ha bisogno di essere coltivato quotidianamente e costantemente perché possa portare sempre più frutti maturi. E, in questo caso, - sembra un paradosso ma non lo è - è di rendere ancora più forti anche la comunicazione e l'informazione".

Fondamentale, dunque, diventa l'impegno a "spiegare l'importanza della firma attivando tutta la comunità a promuovere il sostegno della Chiesa".

Filippo Passantino